

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.192>
- Akbar, A., Asywadi, H., & Sahuri, S. (2023). Teknologi Dan Analisis Usahatani Kopi Sebagai Tanaman Sela Di Perkebunan Karet. *Warta Perkaretan*, 41(2), 99–110. <https://doi.org/10.22302/ppk.wp.v41i2.910>
- Aknesia, V. (2015). Business Development Strategy for Specialty Coffee. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), 12–22. <https://doi.org/10.17358/ijbe.1.1.12>
- Alqifari, M., & Sulaeman, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tempe Di Desa Jelantik (Studi Di Home Industri Tempe “Batur”). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(4), 1575–1587. <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i4.2645>
- Andika, M. (2020). Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam. In *Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Astuti, R. D. (2020). *Variabilitas Curah Hujan dan Dampaknya pada Produksi Kopi di Indonesia*. 48(2), 15–25.
- BPS. (2024). Produksi Perkebunan Rakyat Menurut Jenis Tanaman di Provinsi Gorontalo (ribu ton), 2024. In *Dinas Pertanian Provinsi Gorontalo*/. <https://gorontalo.bps.go.id/id/statistics-table/3/Y0hOWWFGZHpvVkpUVjFKUlowVjBhMUIlWmlaWFp6MDkjMw==/produksi-perkebunan-rakyat-menurut-jenis-tanaman-di-provinsi-gorontalo--ribu-ton---2024.html>
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Ombak.
- Cannon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2008). *Pemasaran dasar buku 1 : Pendekatan manajerial global* (Edisi 16). Salemba Empat.
- Darajat, A., Rifqi, M., & Nurlaela, R. S. (2023). Pengaruh Waktu Penyangraian Terhadap Karakteristik Fisikokimia Kopi Bubuk Robusta Menggunakan Mesin Roasting Elektrik. *Jurnal Agroindustri Halal*, 9(3), 365–374. <https://doi.org/10.30997/jah.v9i3.10056>
- Darmanto, E. B., Suhartono, S., Pratiwi, Y. S., & Adenan, M. (2025). Competitiveness of Indonesian Coffee Commodities in Global Market. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 1219–1224. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v13i2.7293>
- Elliyana, E., Lidiana, Agustina, T. S., Sedyoningsih, Y., Kadir, H., Abdurohim,

- Imanuddin, B., Ardyana, E. E., Yuliani, Marlinah, L., Mohdari, H., Gazali, H., Dwita, F., Rachman, S., & Bachtiar, N. K. (2022). *DASAR-DASAR PEMASARAN* (Y. Umayana (ed.)). Ahlimedia Press.
- Fahri, A., Agroteknologi, P. S., Pertanian, F., Peternakan, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2023). *Analisis pendapatan dan nilai tambah keripik nenas serta prospek pengembangan industri rumahan di desa kwalu nenas kecamatan tambang kabupaten kampar*.
- FAO. (2013). *Safety Evaluation of Certain Food Additives and Contaminants*.
- Fattarani, A. A., Iskandar, E., & Fajri, F. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Kopi Arabika (Studi Kasus: Usaha “Kampung Kupa Gayo”, Kabupaten Aceh Tengah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(4), 323–333. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v2i4.5405>
- Garside, A. K., & Rahmasari, D. (2017). *Manajemen Logistik* (1st ed.). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hafizi, M. R., & Oktaviana, N. (2018). Peluang Bisnis Angkringan Di Kota Palangka Raya. *Jurnal Al-Qardh*, 2(2), 101–108. <https://doi.org/10.23971/jaq.v2i2.831>
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Medpress.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. W. P. S. (2021). *ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Pudean di Kaliwungu)*. 19(1), 76–82.
- Irawati, N., & Utari, E. L. (2020). Strategi Pengembangan Pemasaran Agrowisata Bukit Tanggulansi Kulon Progo. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin ...*, 2(1), 431–447.
- Kartika, Y. D., Rifin, A., & Saptono, I. T. (2018). Strategi pengembangan usaha pengolahan kopi arabika. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 212–219.
- Kembaren, E. T., & Muchsin. (2021). Pengelolaan Pasca Panen Kopi Arabika Gayo Aceh. *Jurnal Visioner Dan Strategis*, 10(1), 29–36.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. CV. Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th ed). Pearson.
- Kurniati. (2017). Analisis Peluang Usaha Komoditas Hortikultura Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar. *Analisis Peluang Usaha Komoditashortikulturadalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakatdi Kecamatan Panakkukang Kota Makassar*, 1–10.
- Kurniawan, D., & Santoso, B. (2021). Perubahan Tren Konsumsi Kopi di Indonesia: Implikasi bagi Produsen Kopi Lokal. *Jurnal Agribisnis Dan*

Pengembangan Wilayah, 8(2), 134–145.

- Kusuma, D. W., Mustofa, M., & Salim, H. A. (2021). Pemanfaatan E-Commerce Untuk Pemasaran Kopi UD. Topeng Kona Coffee Roastery Bondowoso. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Jpm)*, 1(1), 28–36. <https://doi.org/10.31967/jpm.v1i1.430>
- Kuswoyo, M. T., & Mutaqin, B. K. (2023). Edukasi Penanganan Pasca Panen Kopi Terhadap Daya Jual Kopi Education on Post-harvest Handling of Coffee on Marketability of Coffee in Duplak Farmers , Tempur Village , Keling Jepara. *Journal Of Agribusiness Sciences*, 7(2), 144–152.
- Lia, F., & Perdana, T. (2017). Sistem Produksi Agroindustri Kopi Arabika (Studi Kasus PT Sinar Mayang Lestari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung). *Agrisep*, 16(2), 123–132.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Luthfi, K., & Indah, S. (2022). Pascapanen dan Pemasaran Kopi Arabika di PT. Sinar Mayang Lestari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. *Volume 7 Nomor 2 Dapertemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Jenderal Soedirman*, 7(1), 108–122.
- Mahendra, A. M., & Saino, D. (2015). *SWOT Analisis Sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Membangkitkan Usaha Sepatu di Pusat Perkulakan Sepatu Trowulan Kab. Mojokerto (PPST Kabupaten Mojokerto)*. 5–24.
- Manalu, E. M. B. (2017). *Universitas Medan Area Medan Universitas Medan Area Universitas Medan Area*. 44(2), 8–10.
- Manullang, Y. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Tani Kopi Arabika Kabupaten Humbang Hasundutan*.
- Maulana, N. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika di CV Gayo Mandiri Coffee. *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Mutiara, M., Rustam, A., & Nurindah, N. (2023). Cita rasa khas kopi Topidi melalui proses panen hingga metode pengolahan dry process dan full wash. *Filogeni: Jurnal Mahasiswa Biologi*, 3(1), 44–54. <https://doi.org/10.24252/filogeni.v3i1.20678>
- Oktavian, F., & Maulana, A. (2019). Pengaruh Produksi dan Harga Kopi Dunia terhadap Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 116–126.
- Padang, J., & Lenas, M. N. J. (2024). Biaya Produksi dalam Penentuan Harga Jual Kopi Bentenge pada KTH Betara Bersatu Desa Bentenge Kecamatan Mallawa Kabupaten Maros. *Jurnal Ekonomi Prioritas*. <http://jurnal.stim->

lpi.ac.id/index.php/prioritas/article/view/239
<https://lpi.ac.id/index.php/prioritas/article/download/239/238>

- Priyadi, D. A., Prayogo, G. S., & Nur, K. M. (2023). Peningkatan Kualitas Kopi Telemung Khas Banyuwangi Dengan Penggunaan Pulper Double Layer Dan Metode Pengolahan Kopi Honey Process. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 746. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i2.14266>
- Purba, P., Sukartiko, A. C., & Ainuri, M. (2020). Analisis Mutu Fisik dan Citarasa Kopi Indikasi Geografis Arabika Gayo Berdasarkan Ketinggian Tempat. *Jurnal Tanaman Industri Dan Penyegar*, 7(2), 83. <https://doi.org/10.21082/jtidp.v7n2.2020.p83-92>
- Purwanto, N. (2020). Provisioning For New Entrepreneurs Using The Canvas Business Model In The Mlaras Village Business Group. *Jurnal Karya Abdi*, 1(02), 115–126. <https://doi.org/10.32520/karyaabdi.v1i02.1264>
- Putra, A. P. (2019). Dampak Gangguan Rantai Pasok Terhadap Produktivitas Kopi di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 7(45–53).
- Putri, A., & Rahman, F. (2019). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Inovasi Produk di Industri Kopi. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 7(1), 45–54.
- Putri, A., & Rahman, F. (2020). Potensi Kopi Arabika dari Daerah Tinggi sebagai Produk Specialty. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 11(2), 89–97.
- Putri, N. A., Saidah, Z., Supyandi, D., & Trimo, L. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung). *Journal of Food System and Agribusiness*, 3(1), 89–100. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v3i2.1564>
- RAHMA, A. A. (2024). *Pengaruh Kemitraan Terhadap Pendapatan Petani Kopi (Studi Kasus Kelompok Tani Hutan Cibulao Hijau Kabupaten Bogor)*. 1(1), 33–35.
- Rizwan, M. (2021). *Budidaya Kopi*.
- Saputra, A. (2021). Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting Dan Positioning) Dan Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Dan Promotion) Kopi Tepal(Studi Kasus : UMKM Puncak Ngengas). *Food and Agroindustry Journal*, 2(2), 17–26.
- Sari, D. K., & Pratiwi, N. (2020). Strategi Bersaing Usaha Kopi Lokal di Indonesia: Studi Kasus pada UMKM Kopi di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 115–124.
- Siregar, A. Z. (2022). Pengolahan Kopi Tepat Guna Mendukung Pertanian Berkelanjutan Di Desa Telagah, Sei Bingei, Langkat. *Charity*, 5(1a), 7. <https://doi.org/10.25124/charity.v5i1a.4485>
- Sodikin, I. (2023). *Kecamatan Pangalengan Dalam Angka 2023*.

- Sofiah, M., Ramadhani, S., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). *Analisis pengaruh bauran pemasaran 4p (product, price, promotion, and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (umkm)*. 16(2), 122–141.
- Suarna, I. F., Sesario, R., Khasanah, Juhara, I. S., Munim, A., Zaena, D. R. R., Saefullah, A., Setiadi, B., Sutangsa, & Kamaruddin, M. J. (2022). *Manajemen Logistik*.
- Subawa, S., Budaya, I., Munizu, M., Darmayanti, N. L., Fahmi, M. A., Wanda, S. S., Murwani, I. A., Utami, F. N., & Dulame, I. M. (2023). *Manajemen Rantai Pasok*.
- Sulistiono, & Mashadi. (2018). Diversifikasi perkebunan kopi sebagai tempat wisata di Pangalengan Kabupaten Bandung. *Jurnal Abdimas Pengabdian Di Lapangan*, 2(1), 38–43. <https://jurnal.stiekesatuan.ac.id/index.php/abdimas/article/view/165>
- Syahputra, N., Pujiyanto, T., & Ardiansah, I. (2020). Analisis Dan Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Kopi Di Pt Sinar Mayang Lestari Analysis and Measurement of Performance Coffee Supply Chain in Pt Sinar Mayang Lestari. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 4(1), 58–67. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.01.6>
- Tamaradewi, R. N., Miftah, H., & Yusdiarti, A. (2019). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Kopi (Coffea, sp) di Kelompok Tani Hutan (KTH) Cibulao Hijau. *Jurnal Agribisains*, 5(2). <https://doi.org/10.30997/jagi.v5i2.2322>
- Tambarta, E. (2017). *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Olahan Kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah Aceh*.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping : Perspektif Pemasaran Agribisnis*. 2(1).
- Widayat, H. P., Anhar, A., & Baihaqi, A. (2021). Dampak Perubahan Iklim Terhadap Produksi, Kualitas Hasil Dan Pendapatan Petani Kopi Arabika Di Aceh Tengah. *Agriseip*, 16(2), 8–16. <https://typeset.io/papers/dampak-perubahan-iklim-terhadap-produksi-kualitas-hasil-dan-4r5uckdvf0>
- Widyastuti, R. (2021). *Peran Festival Kopi dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal*. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*. 1(1), 45–53.
- Wijaya, B., & Nugroho, H. (2021). Analisis Pengaruh Gangguan Distribusi Terhadap Mutu Kopi di Pasar Ekspor. *Jurnal Manajemen Logistik*, 9(2), 67–78.
- Yalanda, R. R., & Sadeli, A. H. (2019). Pengaruh Direct Marketing Terhadap

Keputusan Pembelian Kopi Arabika Malabar Mountain Coffee. *Performance*, 26(1), 27. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2019.26.1.1413>

Young, L., & Burgess, B. (2010). *Marketing Technology as a Service: Proven Techniques that Create Value*. John Wiley & Sons Ltd.

Zakaria, A., Aditiawati, P., & Rosmiati, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Tani Kopi Arabika (Kasus Pada Petani Kopi di Desa Suntenjayakecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat)/ A Development Strategy of Arabica Coffe (A Case Study on Coffe farmers in Suntenjaya Village, Lembang . *Jurnal Sositologi*, 16(3), 325–339.

LAMPIRAN



KUESIONER PENELITIAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA

KOPI ARABIKA DI PT. SINAR MAYANG LESTARI

FAKULTAS PERTANIAN INSTITUT PERTANIAN STIPER YOGYAKARTA

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i

Dengan Hormat

Perkenalkan saya Pandu Wira Yuda mahasiswa program studi Agribisnis angkatan 2020 Institut Pertanian STIPER Yogyakarta. Pada kesempatan kali ini saya meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian tugas akhir saya dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Kopi Arabika di PT. Sinar Mayang Lestari”.

Saya memahami waktu Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berharga dan terbatas, namun saya sangat berharap kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bisa membantu tugas akhir penelitian saya ini dengan mengisi kuesioner secara lengkap yang sudah terlampir.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu tugas akhir dari penelitian saya dengan cara mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

Hormat Saya

Pandu Wira Yuda

KUESIONER
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI ARABIKA DI PT. SINAR
MAYANG LESTARI

Data Pribadi

Nama Informan :
Tempat/Tgl lahir :
Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan
Alamat Lengkap :
Agama :
Umur :
Pendidikan : SD/SMP/SMA/D1/D2/D3/S1/S2/S4
Status Perkawinan : Kawin/Belum Kawin
Jumlah Anggota Keluarga :
Pekerjaan :
Pendapatan :
No. Hp :

Profil Usaha

Nama Usaha :
Tahun Berdiri Usaha :
Umur Usaha :
Jenis Usaha : pribadi/kelompok
Status Kepemilikan Usaha : Berbadan hukum/belum berbadan hukum
Jumlah Tenaga Kerja :
Luas Lahan :
Produksi Tahunan :

Kuisisioner Responden

A. Produk

1. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari memiliki system pengecekan kualitas untuk setiap produksi kopi?

Jawab: _____

2. Apakah ada pemasok bahan baku dari petani lokal?

Jawab: _____

3. Apa saja produk yang dihasilkan?

Jawab: _____

4. Kualitas apa saja yang di produksi PT. Sinar Mayang Lestari?

Jawab: _____

5. Apa kemasan yang digunakan PT. Sinar Mayang Lestari?

Jawab: _____

6. Merek apa yang digunakan PT. Sinar Mayang Lestari untuk produk usaha?

Jawab: _____

7. Apakah kemasan yang digunakan sudah tepat?

Jawab: _____

B. Modal Usaha

1. Darimana modal usaha PT. Sinar Mayang Lestari?

Jawab: _____

2. Berapa modal awal yang diperlukan PT. Sinar Mayang Lestari?

Jawab: _____

3. Apa bagian terbesar dari anggaran modal PT. Sinar Mayang Lestari?

Jawab: _____

4. Apa metode yang digunakan untuk mengatur alur kas dan modal PT. Sinar Mayang Lestari?

Jawab: _____

5. Apa tantangan utama yang di hadapi dalam mengelola modal usaha PT. Sinar Mayang Lestari?

Jawab: _____

C. Harga

1. Apakah harga kopi di PT. Sinar Mayang Lestari kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis?

Jawab: _____

2. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari menawarkan diskon untuk pembelian dalam jumlah besar?

Jawab: _____

3. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari memiliki kebijakan harga khusus untuk mitra?

Jawab: _____

4. Apakah harga produk PT. Sinar Mayang Lestari sudah mencakup biaya pengiriman?

Jawab: _____

5. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari memberikan promosi harga pada periode tertentu?

Jawab: _____

6. Apakah harga kopi di PT. Sinar Mayang Lestari dipengaruhi oleh fluktuasi harga bahan baku?

Jawab: _____

7. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari memiliki program loyalitas dengan harga khusus untuk pelanggan tetap?

Jawab: _____

D. Tempat

1. Apakah produk kopi PT. Sinar Mayang Lestari tersedia di supermarket?

Jawab: _____

2. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari menjual secara online?

Jawab: _____

3. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari memiliki jaringan distribusi sendiri?

Jawab: _____

4. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari melayani pengiriman produk kopi ke luar kota dan luar negeri?

Jawab: _____

5. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari memiliki coffee shop atau outlet penjualan sendiri?

Jawab: _____

6. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari memastikan produk kopi tetap terjaga selama proses distribusi?

Jawab: _____

7. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari melayani pembelian kopi langsung di pabrik produksi?

Jawab: _____

E. Promosi

1. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya?

Jawab: _____

2. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari menggunakan iklan digital untuk mempromosikan produknya?

Jawab: _____

3. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari merasa promosi penting untuk meningkatkan penjualan?

Jawab: _____

4. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari merasa promosi yang dilakukan saat ini sudah efektif?

Jawab: _____

5. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari menggunakan brosur atau selebaran untuk promosi produknya?

Jawab: _____

F. Pengolahan

1. Berapa banyak hasil produksi usaha PT. Sinar Mayang Lestari dalam 1 kali proses produksi?

Jawaban: _____

2. Apa saja mesin yang digunakan dalam proses pengolahan?

Jawaban: _____

3. Berapa kapasitas mesin yang digunakan dalam 1 kali produksi?

Jawaban: _____

4. Apakah ada kendala dalam proses pengolahan?

Jawaban: _____

5. Bagaimana proses dan system pengolahan kopi di PT. Sinar Mayang Lestari?

Jawaban: _____

G. Tenaga Kerja

1. Bagaimana PT. Sinar Mayang Lestari merekrut dan melatih karyawan baru?

Jawaban: _____

2. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari memiliki program pelatihan berkelanjutan untuk karyawan?

Jawaban: _____

3. Bagaimana PT. Sinar Mayang Lestari mengevaluasi kinerja karyawan?

Jawaban: _____

4. Apa strategi PT. Sinar Mayang Lestari dalam mempertahankan karyawan?

Jawaban: _____

5. Apa Tantangan utama dalam pengelolaan SDM PT. Sinar Mayang Lestari?

Jawaban: _____

6. Apakah PT. Sinar Mayang Lestari memberikan insentif atau tunjangan bagi karyawan?

Jawaban: _____

7. Bagaimana PT. Sinar Mayang Lestari mengatasi masalah tenaga kerja?

Jawaban: _____

H. Petunjuk Pengerjaan

1. Berilah tanda check list/centang (✓) pada jawaban yang anda pilih pada pernyataan berikut ini dan seterusnya berdasarkan pendapat anda, dengan pedoman sebagai berikut :

Ukuran Nilai Bobot :

5 = Sangat Penting

4 = Penting

3 = Netral (Standar)

2 = Tidak Penting

1 = Sangat Tidak Penting

Ukuran Nilai Rating :

4 = Sangat Baik (Sangat Kuat)

3 = Baik (Kuat)

2 = Rata-rata

1 = Buruk (Lemah)

Keterangan :

- Rating merupakan nilai kondisi yang ada pada suatu organisasi
 - Bobot merupakan tingkat kepentingan pada setiap faktor
2. Apabila terdapat kesalahan dalam menjawab, berilah tanda (X) pada jawaban yang salah dan buatlah tanda (✓) yang baru pada jawaban yang benar.

1. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Pertanyaan		Bobot					Rating			
		5	4	3	2	1	4	3	2	1
Kekuatan (<i>strengths</i>)										
S1	Kualitas kopi yang tinggi dan rasa yang unik, berkat lokasi penanaman di daerah yang ideal.									
S2	Menawarkan berbagai varian produk kopi untuk memenuhi selera konsumen yang berbeda									
S3	Memiliki proses pengolahan kopi yang terstandarisasi dan efisien, memastikan kesegaran dan kualitas.									
S4	Pengalaman dalam industri kopi serta pengetahuan mendalam tentang teknik pemanggangan dan pengolahan.									
S5	Memiliki merek yang dikenal dengan citra premium dan otentik yang membedakan dari kompetitor.									
S6	Memiliki jaringan distribusi yang baik untuk memastikan produk tersedia di pasar yang luas.									
S7	Berkontribusi pada ekonomi lokal dan mendukung petani kopi di sekitar.									

Kelemahan (<i>weaknesses</i>)									
W1	Ketergantungan pada hasil panen kopi dari daerah tertentu yang dapat terpengaruh oleh perubahan iklim dan kondisi lingkungan.								
W2	Biaya produksi yang mungkin lebih tinggi akibat proses pengolahan dan pemeliharaan kualitas yang ketat.								
W3	Persaingan yang ketat terhadap kompetitor lokal dan internasional yang juga menawarkan kopi berkualitas tinggi.								
W4	Kesulitan dalam memperluas pasar jika strategi pemasaran belum optimal								
W5	Sumber daya manusia yang terbatas, mempengaruhi kapasitas ekspansi atau pengembangan.								
W6	Keterbatasan dalam teknologi atau proses produksi yang dapat menghambat efisiensi atau inovasi.								

2. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Pertanyaan		Bobot					Rating			
		5	4	3	2	1	4	3	2	1
Peluang (<i>Opportunities</i>)										
O1	Permintaan kopi premium dan <i>specialty</i> yang memberikan kesempatan untuk menawarkan produk berkualitas tinggi.									
O2	Kesempatan untuk memasuki pasar internasional dan menjangkau konsumen global yang menghargai kopi premium.									
O3	Mengembangkan varian produk baru atau produk turunan seperti kopi instan atau celup.									
O4	Memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas saluran distribusi dan mencapai pelanggan yang lebih luas.									

O5	Memperluas kemitraan dengan perusahaan makanan dan minuman atau kafe sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas.									
----	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Ancaman (<i>threats</i>)										
T1	Meningkatnya persaingan dari produsen kopi lokal dan internasional yang menawarkan produk serupa atau lebih murah.									
T2	Ketidakstabilan harga kopi di pasar global yang dapat mempengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan.									
T3	Dampak perubahan iklim yang dapat mempengaruhi hasil panen dan kualitas kopi.									
T4	Gangguan dalam rantai pasokan bahan baku atau distribusi yang dapat mempengaruhi ketersediaan produk.									
T5	Perubahan tren dan selera konsumen yang dapat mengurangi permintaan untuk produk kopi tertentu.									

Lampiran Tabulasi 2

Identitas Responden

No	JENIS KELAMIN	NAMA	UMUR	PENDIDIKAN TERAKHIR	JABATAN
1	Laki-laki	T. Syam Arip	43	SARJANA	Direktur
2	Laki-laki	Ir. Didin		SARJANA	
3		Natadisastra	49		Manajer Coffeeshop
	Laki-laki	Sarbani	33	SARJANA	Koordinator
4	Laki-laki	Wendy	30	SMA	Perkebunan
5					Manajer Keuangan
	Laki-laki	Ujang	55	SMA	Koordinator
6					lapangan
	Laki-laki	Toto	32	SMA	Koordinator
7	Perempuan	Lilis	54	SMA	Proscessing
8					Marketing
	Perempuan	Lina	48	SMA	Administrasi dan keuangan

Data Hasil Analisis Kekuatan

No	Bobot							Rating						
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
1	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3
2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3
3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
6	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3
7	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3
8	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3

Data Hasil Analisis Kelemahan

No	Bobot						Rating					
	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W1	W2	W3	W4	W5	W6
1	3	5	3	5	5	5	2	2	2	2	2	2
2	4	5	4	5	5	5	2	2	2	2	2	2
3	5	4	4	5	5	5	2	2	2	2	2	2
4	3	5	3	5	5	5	2	2	2	2	2	2
5	5	4	4	4	5	4	2	2	2	2	2	2
6	4	5	4	5	4	5	2	2	2	2	2	2
7	5	4	3	4	5	4	2	2	2	2	2	2
8	3	5	4	4	5	4	2	2	2	2	2	2

Data Hasil Analisis Peluang

No	Bobot						Rating					
	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O1	O2	O3	O4	O5	O6
1	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4
2	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4
3	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4
5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4
6	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4
7	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4
8	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4

Data Hasil Analisis Ancaman

No	Bobot					Rating				
	T1	T2	T3	T4	T5	T1	T2	T3	T4	T5
1	4	5	5	5	5	1	1	2	2	1
2	5	4	5	5	5	1	1	2	2	1
3	4	5	5	5	4	1	1	2	2	1
4	4	5	5	5	5	1	1	2	2	1
5	4	4	5	5	5	1	1	2	2	1
6	4	4	5	5	4	1	1	2	2	1
7	5	4	5	5	5	1	1	2	2	1
8	5	4	5	5	4	1	1	2	2	1

Lampiran 3 Dokumentasi Pengambilan Data

